

加强电力营销稽查提高电力营销效率

张启萍 田昕颖

国网青海省电力公司玉树供电公司 青海 玉树 815000

摘要: 电力营销稽查对提升营销效率意义重大。本文先阐述电力营销稽查涵盖业务流程、数据质量、服务质量、风险防控等主要内容,接着分析当前存在稽查覆盖面不足、手段落后、与业务协同差、人员能力参差不齐等问题。随后提出完善稽查体系、创新稽查手段、强化稽查与业务联动、提升稽查人员能力等策略,并从优化业务流程、强化数据驱动决策、提升服务质量、防范营销风险等方面探讨电力营销效率提升路径。

关键词: 电力营销; 营销稽查; 营销效率; 策略; 提升路径

引言

在电力行业竞争日益激烈的当下,电力营销作为企业与市场对接的关键环节,其效率高低直接影响企业的经济效益与市场竞争力。电力营销稽查作为电力营销管理的监督与保障机制,对于规范营销行为、防范风险、提升服务质量具有不可替代的作用。然而,当前电力营销稽查工作仍存在诸多问题,制约了其作用的充分发挥,进而影响电力营销效率的提升。因此,深入探讨加强电力营销稽查的策略及电力营销效率提升路径具有重要的现实意义。

1 电力营销稽查的主要内容

1.1 业务流程稽查

业务流程稽查聚焦电力营销全流程各关键节点,重点开展业务受理、计量管理、费用收取、合同管控等核心环节的合规性核查,严格对照电力行业相关标准及企业内部管理规范,检验各环节操作行为是否符合既定要求,杜绝违规操作现象出现^[1]。同时注重对流程衔接流畅度与执行效率的常态化监督,排查流程各环节衔接过程中可能存在的阻滞问题,优化流程运转机制,提升整体业务办理效能,确保营销业务流程规范、高效、有序推进,契合电力营销精细化管理的核心需求。

1.2 数据质量稽查

数据质量稽查以电力营销数据全生命周期管理为核心,依据GB/T36344-2018信息技术数据质量评价指标相关要求,开展营销数据完整性、准确性、一致性的全面核查,确保数据在各业务环节和数据维度上完备无缺失,能够准确反映实际业务真实状态,在不同系统、不同业务流程之间无逻辑矛盾。同时强化数据采集、传输、存储全环节的规范性管控,规范数据采集标准,优化数据传输流程,健全数据存储管理体系,防范数据缺失、篡改、泄露等问题,保障营销数据作为核心资产的

可靠性与可用性。

1.3 服务质量稽查

服务质量稽查围绕电力客户服务全链条展开,重点推进客户投诉处理流程的规范化核查与服务响应时效的动态跟踪,确保客户投诉得到及时受理、规范处置,服务响应符合行业标准及企业服务承诺,切实保障客户合法权益。同时加强对服务人员服务态度与行为规范的常态化监督,规范服务言行,提升服务专业性,杜绝服务过程中的不规范行为,推动服务质量持续提升,增强客户满意度与服务体验,契合电力行业优质服务发展导向。

1.4 风险防控稽查

风险防控稽查聚焦电力营销领域各类潜在风险,开展窃电、违约用电等违规用电行为的全面排查,依托大数据分析等技术手段精准定位异常线索,强化现场核查力度,严厉整治各类违规用电行为,维护正常供用电秩序。同时注重营销资金安全管控与电费回收风险的动态预警,健全营销资金分级分类安全管理制度,规范资金流转流程,构建电费回收风险预警机制,及时识别并处置资金安全与电费回收过程中的潜在隐患,保障电力企业经营效益与资产安全。

2 当前电力营销稽查存在的问题

2.1 稽查覆盖面不足

电力营销稽查工作在覆盖范围上仍存在明显短板,部分核心业务环节与区域未能纳入常态化稽查范围,形成难以规避的稽查盲区^[2]。受传统稽查模式局限,稽查工作多集中于传统供电业务,对新兴电力业务的稽查适配性不足。分布式能源、电动汽车充电等新型业务快速发展,相关政策与技术标准持续完善,但对应的稽查机制建设进度滞后,未能实现与新兴业务发展节奏的有效适配,无法全面覆盖此类业务的全流程监管需求,难以保障新兴业务营销环节的合规性与规范性。

2.2 稽查手段落后

当前电力营销稽查工作仍以传统人工抽查模式为主,智能化、自动化稽查工具的应用较为匮乏,未能充分借助大数据、人工智能等先进技术提升稽查效能。人工稽查模式不仅效率偏低,且受人为因素影响较大,易出现排查疏漏。同时,稽查工作中的数据挖掘与分析能力存在明显不足,海量电力营销数据未能得到充分利用,仅停留在基础统计与展示层面,难以挖掘数据背后隐藏的深层次、隐蔽性问题,无法实现对营销异常的精准识别与提前预判。

2.3 稽查与业务协同不足

稽查工作与电力营销业务环节的协同性较差,稽查结果的反馈缺乏及时性,难以快速反哺业务改进工作,导致稽查工作与业务优化相互脱节。跨部门协作机制存在明显缺陷,稽查部门与营销、计量、运维等相关部门之间缺乏高效的信息共享与联动机制,信息孤岛现象普遍存在。稽查过程中发现的问题无法快速传递至对应责任部门,问题整改的责任划分不够清晰,导致整改工作推进缓慢,整体整改效率偏低,难以形成稽查、反馈、整改、优化的闭环管理。

2.4 稽查人员能力参差不齐

电力营销稽查队伍的专业能力呈现不均衡态势,部分稽查人员的专业素质与当前复杂的营销稽查业务需求不相适配。随着电力市场的不断发展,稽查工作涉及的专业领域不断拓展,对人员的专业知识、技术能力提出更高要求,但现有的稽查人员培训体系不够完善,培训内容缺乏针对性与前瞻性,知识更新速度滞后于业务发展与技术升级节奏。缺乏系统的阶梯式培养与靶向培训,导致部分稽查人员难以适应新型稽查工作要求,无法有效开展复杂场景下的稽查工作。

3 加强电力营销稽查的策略

3.1 完善稽查体系

构建全面且细致的稽查体系是提升电力营销稽查效能的基础。要建立覆盖全业务、全流程的稽查框架,将电力营销的各个环节,从业务受理、计量计费到合同管理、客户服务等,都纳入稽查范围,确保无业务死角与流程空白。如此一来,无论是传统业务还是新兴业务,都能在稽查框架下接受规范监督,保障营销活动的合规性与有序性^[3]。明确稽查标准与责任分工是完善稽查体系的关键环节。制定详细、统一的稽查标准,为稽查工作提供明确的依据与准则,使稽查人员在工作中有章可循。同时,依据业务流程与岗位职责,合理划分责任,确保每个环节、每个岗位都有明确的稽查责任主体。形

成闭环管理机制,从稽查计划的制定、执行到结果的反馈、整改,每个步骤都紧密相连、环环相扣,保证稽查工作能够持续改进、不断提升。

3.2 创新稽查手段

在数字化时代,创新稽查手段是适应电力营销发展需求的必然选择。引入大数据、人工智能等先进技术,能够实现稽查工作的智能化转型。通过对海量营销数据的深度挖掘与分析,利用人工智能算法精准识别异常数据与潜在风险,提高稽查的准确性与效率。例如,借助大数据分析技术,可以对客户的用电行为、缴费情况等进行全面评估,及时发现窃电、违约用电等异常行为。构建营销数据监控平台是创新稽查手段的重要举措。该平台能够实时收集、整合营销数据,对数据变化进行动态监测。一旦发现数据异常,立即发出预警信号,使稽查人员能够及时介入调查,将问题消灭在萌芽状态。通过实时预警机制,能够有效降低营销风险,保障电力企业的经济利益与市场秩序。

3.3 强化稽查与业务联动

稽查与业务的紧密联动是提升电力营销整体水平的重要保障。建立稽查结果快速反馈机制,确保稽查发现的问题能够第一时间传达给相关业务部门。业务部门根据反馈信息,迅速制定整改措施并加以实施,实现问题的即时整改,避免问题扩大化与长期化。将稽查工作纳入绩效考核体系,形成有效的激励约束机制。对在稽查工作中表现优秀、及时发现并解决问题的人员给予奖励,激发工作积极性与主动性;对因工作疏忽导致问题未被发现或整改不力的部门与个人进行惩罚,促使增强责任意识。通过激励约束机制,推动稽查与业务部门形成合力,共同提升电力营销质量。

3.4 提升稽查人员能力

稽查人员的专业能力直接影响稽查工作的质量与效果。定期开展专业培训是提升稽查人员能力的重要途径。根据电力营销业务的发展变化与稽查工作的实际需求,制定针对性的培训内容,涵盖新兴业务知识、先进稽查技术、法律法规等方面,帮助稽查人员更新业务知识与技能,适应新形势下的工作要求。建立稽查人才库,优化队伍结构。从现有稽查人员中选拔业务精湛、综合素质高的人员纳入人才库,作为重点培养对象。同时,根据工作需要,引进具有相关专业背景与丰富经验的人才,充实稽查队伍。通过优化队伍结构,打造一支专业能力强、业务水平高的稽查团队,为电力营销稽查工作提供坚实的人才支撑。

4 电力营销效率提升路径

4.1 优化业务流程

电力营销业务流程的优化是提升整体效率的关键一步。冗余环节的存在不仅耗费大量时间与人力成本,还可能导致业务办理周期延长,影响客户体验。因此,对现有业务流程进行全面梳理,去除那些不必要的审批、重复的资料提交等环节,使业务流程更加简洁高效。例如,在客户用电报装业务中,精简内部审批流程,减少中间环节的等待时间,能够显著缩短业务办理周期,让客户更快用上电^[4]。推行标准化作业是确保业务质量与效率的重要手段。制定统一、规范的作业标准,明确每个环节的操作要求与质量标准,能够减少因人员操作差异导致的人为差错。在电费核算环节,通过制定详细的核算标准与流程,规范核算人员的操作行为,能够有效避免电费计算错误等问题,提高电费核算的准确性与效率。

4.2 强化数据驱动决策

在数字化时代,数据成为电力营销决策的重要依据。利用稽查数据挖掘营销痛点,能够为策略调整提供有力支持。通过对稽查过程中收集到的客户用电数据、市场反馈信息等进行深入分析,找出营销活动中存在的问题与不足,如某些区域用电需求增长缓慢、部分客户对电价政策存在疑问等。针对这些问题,及时调整营销策略,制定针对性的营销方案,提高营销活动的精准度与有效性。建立数据共享机制能够打破部门之间的信息壁垒,提升跨部门协作效率。不同部门在电力营销过程中掌握着不同的数据资源,通过建立统一的数据共享平台,实现数据的实时共享与交互,各部门能够及时获取所需信息,避免因信息不畅导致的工作延误。例如,营销部门与运维部门共享客户用电设备信息,运维部门能够提前做好设备维护准备,营销部门也能根据设备运行情况为客户提供更精准的用电建议。

4.3 提升服务质量

服务质量是电力营销的核心竞争力之一。通过稽查规范服务行为,能够增强客户满意度。加强对营销服务人员的监督检查,确保其在业务办理、客户咨询等过程中遵守服务规范,使用文明用语,为客户提供热情、周到的服务。对服务过程中存在的问题及时进行纠正与整改,不断提升服务水平,让客户感受到优质的服务体验。构建快速响应机制是提升服务质量的重要举措。缩短客户诉求处理时间,能够让客户的问题得到及时解

决,提高客户对电力企业的信任度。建立专门的客户诉求处理团队,明确各环节的处理时限与责任,确保客户诉求能够在第一时间得到响应与处理。同时,加强对客户诉求处理结果的跟踪与反馈,及时了解客户对处理结果的满意度,不断改进服务质量。

4.4 防范营销风险

营销风险的存在可能给电力企业带来巨大的经济损失与声誉损害。通过稽查提前识别风险点,制定应对预案,能够有效降低营销风险的发生概率与影响程度。对电力营销活动中的各个环节进行全面风险评估,找出潜在的风险因素,如市场波动、政策变化、客户违约等。针对不同的风险因素,制定相应的应对措施与预案,确保在风险发生时能够迅速响应,将损失降到最低。加强与公安、司法等部门联动,形成打击违法用电行为的强大合力^[5]。违法用电行为不仅损害了电力企业的利益,也破坏了正常的市场秩序。与公安、司法等部门建立紧密的合作关系,加强信息共享与协作配合,加大对窃电、违约用电等违法行为的打击力度,维护电力市场的公平与稳定,为电力营销活动的顺利开展创造良好的环境。

结束语

电力营销稽查与电力营销效率紧密相连,加强电力营销稽查是提升营销效率的重要途径。通过完善稽查体系、创新稽查手段、强化稽查与业务联动以及提升稽查人员能力等措施,能够有效解决当前稽查工作中存在的问题,充分发挥稽查的监督与保障作用。同时,从优化业务流程、强化数据驱动决策、提升服务质量、防范营销风险等方面入手,可进一步提升电力营销效率,增强电力企业的市场竞争力,推动电力行业持续健康发展。

参考文献

- [1]冯爽.电力营销业务中营销稽查监控技术的应用[J].科技与创新,2024(24):170-172,175.
- [2]董伟.稽查监控技术在电力营销业务中的应用[J].模型世界,2023(34):77-79.
- [3]许进.电力营销在稽查工作中存在的问题及对策[J].数码设计(下),2021,10(6):198-199.
- [4]司强.电力营销稽查对提高电力营销效率的影响[J].汽车博览,2022(9):132-134.
- [5]范博韬.电力营销数字化稽查监控体系建设分析[J].网络安全和信息化,2024(3):21-22.